

Секция 2.  
**ТЕКСТ ГЛАЗАМИ АВТОРА, РЕДАКТОРА,  
ИЗДАТЕЛЯ, ЧИТАТЕЛЯ**

Е. Б. Иванников  
*Санкт-Петербург*

**АНАЛИЗ МЕХАНИЗМОВ ВОСПРИЯТИЯ ДЕМОТИВАТОРОВ  
С ПОЗИЦИЙ ПРИНЦИПОВ ДИАЛЕКТИЧЕСКИХ ТРИАД**

**Аннотация:** механизмы восприятия демотиваторов рассматриваются автором в терминах двух базовых философских подходов – диалектического и логического (прим. Ланских: = диалектики и логики).

**Abstract:** the perception principles of demotivators are researched in terms of two basic philosophical approaches – the dialectic and the logic.

**THE ANALYSIS OF THE PERCEPTION PRINCIPLES  
OF DEMOTIVATORS FROM POSITIONS OF DIALECTIC TRIADS**

**Ключевые слова:** демотиватор, полимодальный текст, интертекстуальность, вербальный и невербальный компоненты диалектических триад.

**Keywords:** demotivator, multimodal text, intertextuality, verbal and nonverbal components of dialectical triads.

Бурное развитие интернет-технологий в начале XXI века заставило многих ученых, в том числе лингвистов и филологов, обратить особое внимание на языковые особенности различных способов передачи информации во Всемирной паутине. Среди объектов исследования появились такие формы коммуникации, как демотиваторы. Однако большинство современных определений демотиватора как поликодового текста приводит к неправильным интерпретациям того смысла, которым изначально было наделено это явление. Причина тому – применение при анализе сопоставления вербальной и невербальной информации, содержащейся в демотиваторах, гегелевского принципа в диалектической триаде, согласно которой при соединении «тезиса» и «антитезиса» должен рождаться «синтез».

В данном случае синтезом является филологическая интерпретация демотиваторов. Так, в статье Л. Бабиной читаем: «Демотиватор, представляя синтез визуального и вербального компонентов, предполагает их определенное несоответствие, противоречие, “контрапункт”» [1, с. 29]. Однако, как показывает анализ эмпирического материала, этот синтетический подход к вычленению основного смысла не раскрывает той главной цели, которую ставит перед собой автор демотиватора. Например, демотиватор, где изображены разбросанные доллары и содержится слоган «деньги – зло», а под ним расположен таглайн “что-то зла не хватает” (см.: <http://demotivators.to/p/848845/dengi-zlo.htm>). Здесь контрапункт между двумя высказываниями доказывает не парадоксальность софистического утверждения, а попытку найти что-то «среднее»: невербальный компонент – доллары в большом количестве – усиливает противоречие внутри вербального компонента. И в этом случае гегелевская диалектическая триада как подход к пониманию основного посыла демотиваторов подводит нас к заблуждению: мы не замечаем тех логических упущений, которые подменяют не только понятия, но и устоявшиеся высказывания. Исходный смысл высказывания заключался в идее о том, что деньги – это зло, если денег слишком много. Однако в демотиваторе этот посыл обыгрывается с помощью невербального компонента. Доллар в качестве символа денег здесь используется неслучайно: он ценится выше рубля, это мировая валюта; родина доллара – США, экономика которых спровоцировала мировой экономический кризис последних лет. Изображение доллара усиливает негативное отношение к деньгам как к злу. Если же вернуть в искомую фразу слово «много», то тогда становится очевидным, что синтезировать слоган и таглайн невозможно, так как они не противоречат друг другу, не выступают в позициях «тезис» и «антитезис», а дополняют друг друга, являясь крайними точками зрения какого-то «среднестатистического» отношения людей к деньгам.

Итак, какова же изначальная композиционная структура данного демотиватора? Слоган должен иметь следующий вид: «много денег – зло», а таглайн: «зла в последнее время не хватает (в результате эконо-

мического кризиса многие сейчас сталкиваются с серьезными финансовыми трудностями)». Таким образом, исходной мыслью, средним между этими высказываниями является утверждение о том, что «деньги в умеренном количестве – это, скорее всего, больше добро, чем зло». Эта мысль рождена с помощью ассоциации двух фраз, соединенных одним словом «много»: много денег – зло, но много денег никогда не бывает. А значит, и зла как такового тоже нет, если деньги присутствуют в умеренном количестве. Для формулировки такого вывода понадобилось применить совершенно другой принцип в диалектической триаде. Это принцип, который выражает идею Гераклита-Аристотеля о том, что «подлинный ум-Логос един и неизменен во все времена в нашем непрерывно изменяющемся мире. И в основе его все та же диалектическая триада с ее средним-промежуточным сосуществованием, триадической несоисключимостью и попарной несовместимостью противоположностей» [2, с. 57].

Мы согласны с мнением И. В. Бугаевой: «Определить жанровую принадлежность демотиваторов сложно по ряду причин. Первая трудность состоит в том, что демотиваторы представляют собой гибридное, поликодовое произведение, состоящее из изображения и текста» [3, с. 151]. Однако далее И. В. Бугаева пишет о том, что «элементы невербальной коммуникации не дополняют основную информацию, представленную вербальным способом, как это обычно бывает при традиционном типе общения, а являются обязательными компонентами текста, семиотически связанными и обусловленными» [3]. Данное утверждение, бесспорно, является опять-таки результатом мышления с позиции гегелевской диалектической триады.

Рассмотрим один и тот же демотиватор с разных подходов: с точки зрения утверждения И. В. Бугаевой, основанной на гегелевской триаде «тезис – антитезис – синтез» и с точки зрения философии Гераклита-Аристотеля, когда между парой антиподов силлогистики существует что-то «третье – привходящее (не необходимое) либо промежуточное (среднее) между однозначно обусловленными да и нет, отображающее изменчивость и нечеткость» [2, с. 56].

Обратимся к демотиватору, где изображен шестикратный олимпийский чемпион в шорт-треке, кореец по происхождению, Виктор Ан, который на Олимпиаде в Сочи, выступая за нашу страну, завоевал для России три золотые медали. Слоган, который содержится в демотиваторе: «Да я на этом деле собаку съел» (см.: <http://demotivators.to/p/919208/da-ya-na-etom-dele-sobaku-sel.htm>).

Если рассматривать этот демотиватор с позиции И. В. Бугаевой и предположить, что невербальный компонент, выраженный в изображении спортсмена, не дополняет основную информацию, представленную вербальным способом в форме слогана, а является обязательным компонентом текста, то мы фактически приходим к очевидной мысли о том, что Виктор Ан – профессионал своего дела, благодаря чему Россия в шорт-треке стала лидером на Олимпиаде в Сочи. Это утверждение опять-таки является результатом подхода к пониманию демотиватора с позиции гегелевской диалектической триады, где тезисом является фразеологизм «съесть собаку» (приобрести большое искусство, значительный опыт, навык в чем-нибудь; владеть чем-либо в совершенстве; быть мастером чего-либо), а антитезис – стереотип о том, что «корейцы едят собак». Таким образом, сочетание тезиса и антитезиса ведет к синтезу, выраженному в мысли о том, что «спортсмен, хоть и не русский по происхождению, но выступающий за Россию, принес нашей стране золотые медали». Безусловно, в этой синтетической фразе есть доля правды, однако она до конца не раскрывает истинные мотивы, побудившие автора к созданию этого демотиватора.

Кроме внешней юмористической цели, следует обратить внимание на отразившуюся здесь сторону общественного мнения, связанного с критикой организации и проведения Олимпиады в России на фоне коррупционных скандалов при строительстве олимпийских объектов, с сомнениями по поводу качества подготовки отечественных спортсменов. В частности, не только Виктор Ан, иностранец в недавнем прошлом, выступал в качестве спортсмена с российским паспортом на этих соревнованиях, но были и другие подобные факты. Таким образом, стоит проанализировать этот же демотиватор уже с другой позиции, с точ-

ки зрения диалектической триады Гераклита-Аристотеля. Если рассматривать фразеологизм «съесть собаку» и стереотип «корейцы едят собак» как силлогистические антиподы, между которыми можно вывести третье значение, которое бы уравнивало бы их, то можно предположить следующее утверждение: «хотя Виктор Ан и профессионал в своем деле, но он так и останется корейцем в России». Выходит, что свидетели нынешней Олимпиады, помня о том, что он в прошлом выступал за Южную Корею, будут в любом случае подозревать российскую власть в конъюнктурном отношении к спорту. Ведь не случайно корейцу в особом порядке был выдан российский паспорт: по прогнозу Министерства спорта РФ, этот спортсмен должен был быть полезным для нашей страны. Однако согласно Олимпийской хартии в спорте не должно быть конъюнктуры, борьба должна быть честной и прозрачной. Вот почему в каком-то смысле автор преследовал особенную внутреннюю цель при создании данного демотиватора, желая показать скептическое отношение либеральной части общества к качеству российских побед на Олимпиаде.

Анализ демотиваторов с точки зрения диалектической триады Гераклита-Аристотеля помогает приблизиться к пониманию того, что демотиватор является больше, чем просто разновидностью полимодального текста. Кроме синтеза вербального и невербального компонентов, необходимо также учитывать внутренние мотивы, побуждающие авторов к созданию данных форм коммуникаций. Таким образом, можно предположить, что присутствие в демотиваторах «третьего» смысла есть не что иное, как определение демотиватора в качестве интернет-мема. «Этим термином обозначают вошедшее в употребление в середине первого десятилетия XXI в. явление спонтанного распространения в Интернете некоторой информации или фразы, приобретшей популярность посредством распространения всеми возможными способами (по электронной почте, в чатах, на форумах, в блогах и др.), а также сама эта информация или фраза. Спонтанному неконтролируемому распространению подвержена не всякая информация, а только та, которая каким-либо образом оставляет многих пользователей равнодушной».

ными» [4, с. 84]. И если возвращаться к предыдущему демотиватору, то, безусловно, автору было небезразлично скептическое отношение либеральной части общества к качеству российских побед на Олимпиаде. Возможно, именно это и побудило его к созданию такого демотиватора, в котором обыгрывается фразеологизм «съесть собаку» / стереотип о том, что «корейцы едят собак». Кроме того, мемная сущность демотиватора выражена и еще в одной из его функций: «Демотиваторы, наряду с функциями развлечения, воспитания, глобальной культурной интеграции, формирования чувства общности (принадлежности к той или иной группе), гетеро- и автостереотипизации, выполняют функции пропаганды и манипуляции» [5, с. 151]. Поэтому неслучайно, что демотиватор с изображением Виктора Ана не только раскрывает истинные мотивы, побудившие автора к созданию этого демотиватора, но и выражает в юмористической форме суждение о действиях российской власти по привлечению иностранных спортсменов. Очевидно, что демотиватор предстает перед нами как мем. и этот вывод стал возможен благодаря рассмотрению компонентов коммуникации с точки зрения диалектической триады Гераклита-Аристотеля, а не с позиции гегелевской триады, о несовершенности которой говорили такие философы, как, например, Карл Поппер [6, с. 118–138]. Анализ демотиваторов, осуществленный путем поиска «среднего», «промежуточного» при сопоставлении компонентов этого сложного типа коммуникации, позволяет обнаружить среднестатистическое общественное представление о том или ином явлении или факте.

### Список литературы

1. *Бабина Л. В.* Об особенностях демотиватора как полимодального текста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 2 (20). С. 28–33.
2. *Брусенцов Н. П.* Интеллект и диалектическая триада // Искусственный интеллект. Донецк: Институт проблем искусственного интеллекта, 2002. № 2. (53) С. 56–57.

3. *Бугаева И. В.* Демотиваторы как новый жанр в интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика // *Style: International Scientific and Scholarly Journal for Linguistics and Literary Stylistics*, 2011. № 10.
4. *Щурина Ю. В.* Комические креолизированные тексты в интернет-коммуникации // *Вестн. Новгород. гос. ун-та. Новгород: НовГУ*, 2012. № 57.
5. *Рабкина Н. В., Каменева В. А.* Прагматический потенциал демотиваторов как визуально-вербальной формы современной интернет-коммуникации // *Политическая лингвистика. Екатеринбург: УГПУ*, 2013. № 1 (43).
6. *Карл Р. Поннер.* Что такое диалектика? // *Вопросы философии*. 1995. № 1. С. 118–138.

#### **Источники материала**

1. <http://demotivators.to/p/848845/dengi-zlo.htm>.
2. <http://demotivators.to/p/919208/da-ya-na-etom-dele-sobaku-sel.htm>

Луиза Карабан  
Польша

### **ZWIERZĘTA W POEZJI TOMASZA PADURRY. MIĘDZY DZIKOŚCIĄ A TRANSCENDENCJĄ**

**Аннотация:** статья посвящена рассмотрению образов животных в поэзии Фомы Падурры (1701 – 1871). Автор исследует проявление дикости и трансцендентности в текстах поэта.

**Ключевые слова:** образы животных, Фома Падурра, трансцендентность

### **ОБРАЗЫ ЖИВОТНЫХ В ПОЭЗИИ ФОМЫ ПАДУРЫ IMAGES OF ANIMALS IN POETRY OF THOMAS PADURRA**

**Abstract:** the article deals with the images of animals in poetry of Thomas Padurra (1701 – 1871). It researches the manifestation of wildness and transcendence in poet's texts.